



**BEELD EN GELUID**

24%

43%

# UITSPEELPLATFORMS: GEBRUIK, BEHOEFTE EN ONTWIKKELINGEN

Diepteonderzoek Trendmonitor Audiovisuele Collecties in Nederland

# UITSPEELPLATFORMS: GEBRUIK, BEHOEFTE EN ONTWIKKELINGEN

## Diepteonderzoek Trendmonitor Audiovisuele Collecties in Nederland

### COLOFON

Dit is een uitgave van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid,  
Hilversum, Oktober 2020

#### Auteurs:

Janine Mulder (KWINK groep)  
Sietse Compagner (KWINK groep)  
Erwin Verbruggen (Beeld en Geluid)

#### Met medewerking van:

Rogier van Schelven (KWINK groep)  
Jesse de Vos (Beeld en Geluid)  
Kristina Petrasova (Beeld en Geluid)  
Maarten Brinkerink (Beeld en Geluid)  
Saskia Arentsen (Beeld en Geluid)

2

Vormgeving: Thijs Horseling (Tice Grafisch Ontwerp)  
Afbeeldingen: Sebastiaan ter Burg (CC BY 2.0)

Postbus 1060, 1200 BB Hilversum  
[www.beeldengeluid.nl](http://www.beeldengeluid.nl)

Deze publicatie is online beschikbaar op <https://publications.beeldengeluid.nl/pub/1804/en>  
<https://kennisbank.avanet.nl/uitspeelplatforms/>

Deze uitgave wordt beschikbaar gesteld onder de Creative Commons-licentie  
Naamsvermelding-GelijkDelen 4.0 Internationaal (CC BY-SA 4.0).  
Zie <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.nl> voor meer informatie.



## Woord vooraf

Er wordt steeds meer audio en video online geconsumeerd. Met name non-lineaire video is populair onder een groot publiek. Aanbieders als NPO Start, Netflix, Videoland, YouTube en (meer recent) Amazon Prime en Disney+ hebben een groot en groeiend bereik.<sup>1</sup> Het aanbod is indrukwekkend. In de VS hebben consumenten gemiddeld toegang tot 100.000 uur content via zogenaamde Video On Demand diensten.<sup>2</sup> Ook podcasts maken wereldwijd een grote groei door.

En ook culturele instellingen maken meer en meer gebruik van video voor het bereiken van hun publiek. COVID-19 heeft deze trend verder versterkt. Een recent onderzoek wees uit dat 90 procent van culturele instellingen meer online content gaat produceren, zoals het live streamen van conferenties en het aanbieden van virtuele (video) tours.<sup>3</sup> Consumptie van video via bekende social media platforms zoals Instagram en Facebook groeit ook gestaag door. En de markt lijkt nog niet verzadigd. Het relatief nieuwe TikTok wordt in Nederland al door 700.000 gebruikers van 15 jaar en ouder gebruikt.<sup>4</sup>

Voor erfgoedinstellingen en andere AV-collectiebeherende instellingen verenigd in AVA\_Net is het van groot belang om een strategie uit te stippelen hoe optimaal in te spelen op de groeiende vraag naar online audio en video. Afgelopen periode is dan ook onderzoek gedaan naar kansen en mogelijkheden voor de inzet van uitspeelplatforms. Het eindresultaat ligt voor u. Het document biedt een momentopname; de markt en de gebruikersbehoeften ten aanzien van mediaproductie, distributie en consumptie zijn continue in beweging. We moedigen daarom de AVA\_Net-leden aan in gesprek te blijven over meest recente ontwikkelingen. Dat kan bijvoorbeeld via het Kennisnetwerk Informatie en Archief, waar AVA\_Net een eigen samenwerkingsruimte heeft.<sup>5</sup> En tijdens een van de AVA\_Net bijeenkomsten.

Veel dank voor de tientallen instellingen die de tijd genomen hebben om een bijdrage te leveren aan dit onderzoek. Ik hoop dat de inzichten voor uw organisatie van nut zijn bij het uitstippelen van een online strategie en kijk uit naar uw reactie op het stuk.

Met hartelijke groet,



**Johan Oomen**

Hoofd Onderzoek en Erfgoed  
joomen@beeldengeluid.nl

---

1. <https://www.telecompaper.com/pressrelease/nederlandse-tv-video-markt-groeit-naar-eur-22-miljard-covid-19-kan-groei-verder-stuwen--1335403>  
2. Average US SVOD household has access to nearly 100,000 hours of content  
3. <https://www.eunicglobal.eu/news/impact-of-covid-19>  
4. <https://www.newcom.nl/socialmedia2020>  
5. <https://kia.pleio.nl/groups/view/55793936/kennisplatform-audiovisueel-erfgoed>



# INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	5
2. Onderzoeksmethodiek	6
3. Uitspeelplatforms	7
4. Gebruik van uitspeelplatforms	9
5. Wensen en behoeften	11
6. Relevante ontwikkelingen	14
Bijlage: enquête en onderzoekspopulatie TrendMonitor 2020	16



# 1. Inleiding

Sinds 2016 publiceert het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid jaarlijks een TrendMonitor Audiovisuele Collecties in Nederland. Het ene jaar geeft de TrendMonitor algemene inzichten over de ontwikkelingen in Nederland, het andere jaar gaat ze specifiek in op een actueel thema. In 2020 is gekozen voor een gelijktijdige publicatie van de onderzoeken.

Met deze periodieke studies biedt Beeld en Geluid een overzicht van audiovisuele materialen in de collecties van een scala aan instellingen. De uitkomsten van de onderzoeken geven richting aan de activiteiten van AVA\_Net, het netwerk van audiovisuele collectiehouders in Nederland, en aan die van Beeld en Geluid zelf. Beeld en Geluid levert als landelijk knooppunt voor de AV- en mediasector binnen het Netwerk Digitaal Erfgoed een actieve bijdrage aan de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed, in het bijzonder als het gaat om de duurzaamheid en toegankelijkheid van media en audiovisuele content.

Deze TrendMonitor gaat specifiek in op uitspeelplatforms. Wat zijn uitspeelplatforms? Hoe worden ze gebruikt? En wat zijn de wensen en behoeften van stakeholders rondom uitspeelplatforms? We hebben voor dit onderwerp gekozen, omdat het landschap van online videoplatforms snel verandert. De gebruikers stellen nieuwe eisen.<sup>6</sup> Ze hebben behoefte aan hoogwaardige kwaliteit, grote snelheid en een betere vindbaarheid van online video's.<sup>7</sup> Commerciële partijen spelen bij de nieuwe online uitspeelplatforms een grote rol, maar er ontstaan discussies over de wijze waarop zij gebruikersdata verzamelen en gebruiken. Publieke en maatschappelijke instellingen zien voor zichzelf een rol om alternatieve platforms op te zetten of anders om te gaan met bijvoorbeeld gebruikersdata.

---

6. Zie: <https://publicspaces.net/manifesto/>

7. Zie: <https://tubularlabs.com/research-guides/report-2019-state-of-online-video-part-1/>



## 2. Onderzoeksmethodiek

Deze TrendMonitor is gebaseerd op een online enquête onder overheidsarchieven, bedrijfsarchieven, regionale en lokale omroepen, instellingen uit de museumsector en overige instellingen waarvan de meeste collectie houdende onderzoeksinstellingen zijn.<sup>8</sup> De vragenlijst hanteerde dezelfde onderwerpen en vraagstellingen als in 2016 en 2018. Wel pasten we de formulering van de antwoordmogelijkheden tekstueel hier en daar aan en verduidelijkten we enkele vragen. Zie voor meer informatie de bijlage.

Als aanvulling op de enquête voerden we (telefonische) interviews met verschillende instellingen. Een door ons georganiseerde focusgroep zorgde voor duiding en verdieping van de enquêteresultaten. Onderstaande tabel geeft een overzicht van gesprekspartners.

Type instelling	Organisatie
Overheidsarchieven	Brabants Historisch Informatie Centrum (BHIC) Drents Archief Erfgoed Leiden Fries Filmarchief Gronings Audiovisueel Archief (GAVA) Regionaal Historisch Centrum Eindhoven Stadsarchief Rotterdam
Regionale omroepen	Omroep Gelderland
Museumsector	Limburgs Museum EYE
Overig	LIMA Muziekweb

<sup>8</sup> Beeld en Geluid nam niet deel aan het onderzoek



### 3. Uitspeelplatforms

Uitspeelplatforms zijn voor instellingen een middel om hun collectie online te publiceren voor het publiek. Het aanbod van dit soort platforms is breed, maar op hoofdlijnen onderscheiden we drie typen platforms:

- **Open kanalen:** deze platforms kenmerken zich door het feit dat in principe iedere individuele gebruiker zelf materiaal kan toevoegen of bewerken. Deze open kanalen hebben een breed publiek en zijn vaak niet opgezet rond een specifiek thema. Bekende kanalen zijn YouTube, Vimeo, maar ook Wikipedia. De eerste twee zijn commerciële kanalen. Wikipedia host alleen materiaal onder zogenaamde Creatieve Commons-licenties die hergebruik door derden mogelijk maakt.
- **Aggregatoren en verzamelwebsites:** dit zijn platforms van de sector zelf, waarop meerdere instellingen materiaal verzamelen op basis van een bepaald thema of type erfgoed. Een belangrijk kenmerk van dit type platform is dat het uitsluitend materiaal vanuit de sector zelf beheert en dat het veelal een gerichte oriëntatie heeft, zoals een bepaald onderwerp of een bepaalde groep/type instellingen. Voorbeelden hiervan zijn Open Beelden, Europeana en het Amateurfilm Platform (zie kader).
- **(Collectie)websites:** dit zijn platforms waarop instellingen zelf hun audiovisueel materiaal publiceren. Een voorbeeld is LIMA, een platform voor digitale kunst waar nieuwe technologieën, wetenschap, digitale cultuur en kunst worden getoond. Via de website toont LIMA haar catalogus en projecten. Ook filmmuseum EYE publiceert via haar eigen website (delen van) de collectie.

Instellingen gebruiken vaak een combinatie van deze drie typen platforms om hun materiaal online beschikbaar te stellen.



**Open Beelden** is een open mediaplatform dat toegang biedt tot audiovisuele collecties die eenvoudig hergebruikt kunnen worden. Een voorbeeld van hergebruik is het 'remixen' van archiefmateriaal in nieuw werk. De gebruikers kunnen deze nieuwe werken vervolgens ook weer aan het platform toevoegen. De toegang tot het materiaal op Open Beelden is gebaseerd op het Creative Commons-licentiemodel. Creative Commons biedt auteurs, kunstenaars, wetenschappers en onderwijzers de vrijheid om op een flexibele manier met hun auteursrechten om te gaan en om werken beschikbaar te stellen aan anderen op een manier die de ze zelf kiezen. Deze 'open' benadering zie je ook terug in de techniek van het platform, zoals open formaten, standaarden en softwarecomponenten. Alle software die in het kader van Open Beelden wordt ontwikkeld is eveneens als open source-software beschikbaar. Open Beelden is een initiatief van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in samenwerking met Stichting Nederland Kennisland. Op Open Beelden kun je momenteel enkele duizenden items uit het archief van Beeld en Geluid vinden. Het project is gefinancierd vanuit Beelden voor de Toekomst (2007-2014).<sup>9</sup>

**Europeana** is een Europese metadata-aggregator die een digitale collectie van ruim 58 miljoen objecten uit 3.500 Europese musea, galerijen, bibliotheken en archieven beheert en doorzoekbaar maakt. Digitale objecten zelf zijn toegankelijk via een link naar de beheerende instelling. Europeana bevat geluidsopnames, video's maar ook afbeeldingen, teksten en 3D objecten.<sup>10</sup>

Het **Amateurfilm Platform** is een initiatief van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in samenwerking met het Gronings Audiovisueel Archief (GAVA) en het Stadsarchief Rotterdam. Het platform toont de amateurfilmcollecties van deze archieven en van de partners die sindsdien aansloten: DAVA, Fries Film Archief, Eye en Limburgs Museum. Ook nodigt het platform bezoekers uit om persoonlijk bij te dragen door uploads te delen of een videoband aan te leveren.<sup>11</sup>

9. Zie: <https://www.openbeelden.nl/>.

10. Zie: <https://www.europeana.eu/portal/nl>.

11. Zie: <http://www.amateurfilmplatform.nl/doelstelling>.

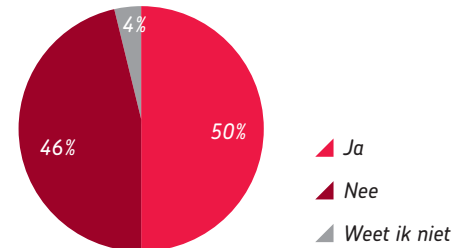


## 4. Gebruik van uitspeelplatforms

In de enquête vragen we de respondenten of de organisatie audiovisueel materiaal publiceert via online videoplatforms. De helft (50%) van de respondenten zegt dit inderdaad te doen. De andere helft geeft aan dat ze geen audiovisueel materiaal publiceren (46%) of dat ze niet weten of dit gebeurt (4%). In de gesprekken komt naar voren dat het bereiken van (een groter) publiek de belangrijkste reden is om audiovisueel materiaal te publiceren.

Vervolgens vragen we de respondenten naar overwegingen om geen audiovisueel materiaal te publiceren. Ze kiezen voor de volgende antwoorden:

1. het niet beschikken over de juiste expertise (38%),
2. het feit dat auteursrechten publicatie niet toestaan (31%),
3. het ontbreken van voldoende budget (35%) bij de instelling.



Figuur 1. Publicatie audiovisueel materiaal via online videoplatforms. N=52.

Als overige redenen noemen de respondenten dat het publiceren van audiovisueel materiaal geen prioriteit heeft of dat het ze ontbreekt aan mogelijkheden hiertoe.

In gesprekken met de instellingen komt hetzelfde beeld naar voren. De instellingen geven aan dat het publiceren van audiovisueel materiaal op online platforms vaak niet mogelijk is vanwege beperkte menskracht en middelen. Daar komt bij dat niet altijd duidelijk is wat de auteursrechtelijke status van een werk is. Tot slot heeft publicatie vaak niet een van de hoogste prioriteiten van de instelling.

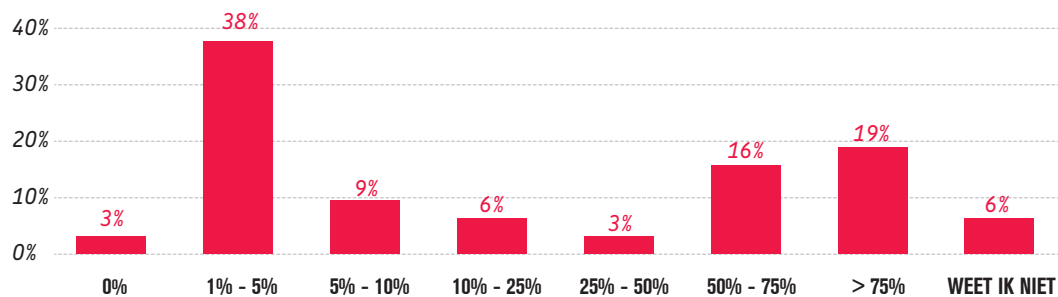
We vragen de respondenten die wel audiovisueel materiaal publiceren welke platforms zij hiervoor gebruiken. Ze noemen het meest de eigen website van de instelling (94%), gevolgd door de commerciële online platforms YouTube (73%) en Facebook (48%). Ook in de gesprekken komen deze platforms als eerste naar voren. Open Beelden (3%), Wikimedia Commons (0%) en Europeanana (6%) gebruiken ze het minst. De platforms Amateurfilm Platform (12%) en Vimeo (18%) vormen wat gebruik betreft het midden.

De antwoorden van de respondenten en de dominantie van commerciële platforms komen overeen met de beelden die we ophalen in de interviews met de verschillende instellingen. Daarin geven de instellingen aan dat het gebruik van commerciële platforms populair is, omdat ze zich goed lenen voor het bereiken van een groot publiek. De instellingen gebruiken deze platforms daarom meer dan platforms met een specifiek(er) profiel, zoals Open Beelden en Wikimedia Commons. Een belangrijke overweging voor instellingen om meer thematische platforms als Open Beelden en Amateurfilm Platform te gebruiken, is dat deze platforms de mogelijkheid bieden om materiaal aan te bieden in een relevante context. Ze kennen een meer

uitgesproken thema waar het materiaal op kan aansluiten.

Hoeveel audiovisueel materiaal publiceren de instellingen online? We vragen de respondenten om een inschatting te maken van het aandeel van de collectie dat hun instellingen via de videoplatforms publiceren. De resultaten zie je in figuur 2. De grafiek laat twee 'pieken' zien. Een belangrijk deel van de instellingen publiceert een beperkt deel van de collectie (38% geeft aan 1 tot 5% van de collectie te publiceren). Er is echter ook een relatief grote groep die meer dan de helft van de collectie publiceert (35%). Relatief weinig respondenten geven aan dat hun instelling tussen de 5 en 50% van haar collectie online publiceert. Deze resultaten duiden op een tweedeling; aan de ene kant een groep die slechts een klein deel van het materiaal publiceert, en aan de andere kant een groep die dit doet voor de meerderheid van het materiaal.

### Welk aandeel van het AV-materiaal publiceert uw instelling via online videoplatforms?



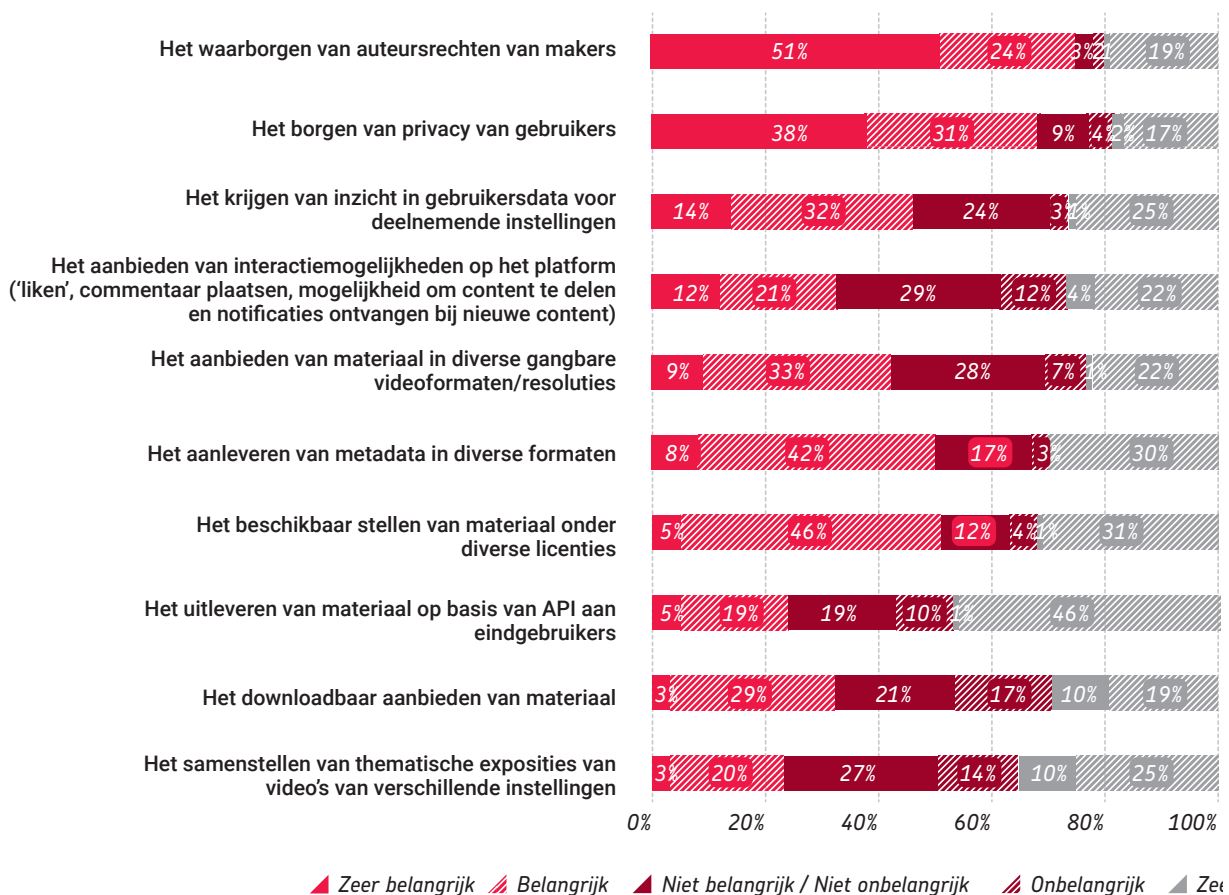
Figuur 2. Respondenten is gevraagd een inschatting te maken van het aandeel van het audiovisueel materiaal dat de instelling publiceert via online platforms. N=32

## 5. Wensen en behoeften

In de enquête vragen we de respondenten expliciet naar functionaliteiten die voor hen van belang zijn voor een online videoplatform. 75% van de respondenten vindt het waarborgen van auteursrechten van makers (zeer) belangrijk bij een online videoplatform. Ook het borgen van de privacy van gebruikers scoort hoog. 69% van de respondenten geeft aan dit een (zeer) belangrijke functionaliteit te vinden. Ook in gesprekken worden het waarborgen van auteursrechten en het borgen van privacy genoemd als onderwerpen die van belang zijn bij het inrichten van een online videoplatform. Wel geven ze daarbij aan dat ook het gebruiksgemak van de uitspeelplatforms een belangrijke rol speelt, samen met de eenvoud van het beschikbaar stellen via bestaande uitspeelplatforms. Bij de keuze voor een uitspeelplatform is het dan ook vaak zoeken naar een balans tussen de wensen en de mogelijkheden die het platform biedt.

Minder belangrijk is het downloadbaar aanbieden van materiaal (32%), het samenstellen van thematische exposities van video's van verschillende instellingen (23%) en het uitleveren van materiaal op basis van API (24%). Minder dan één derde van de respondenten geeft aan dit belangrijk of zeer belangrijk te vinden. In gesprekken wordt overigens het samenstellen van thematische exposities veelvuldig genoemd als functionaliteit bij een uitspeelplatform.

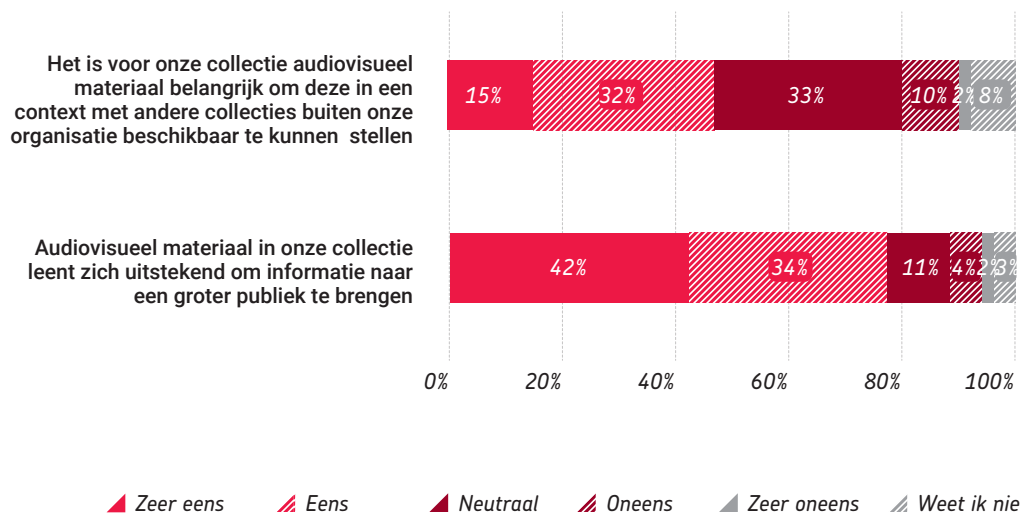
### Welke functionaliteiten zijn voor u van belang voor een online videoplatform?



Figuur 3. Respondenten is gevraagd van verschillende functionaliteiten aan te geven in welke mate zij deze belangrijk achten in een online videoplatform. N=60

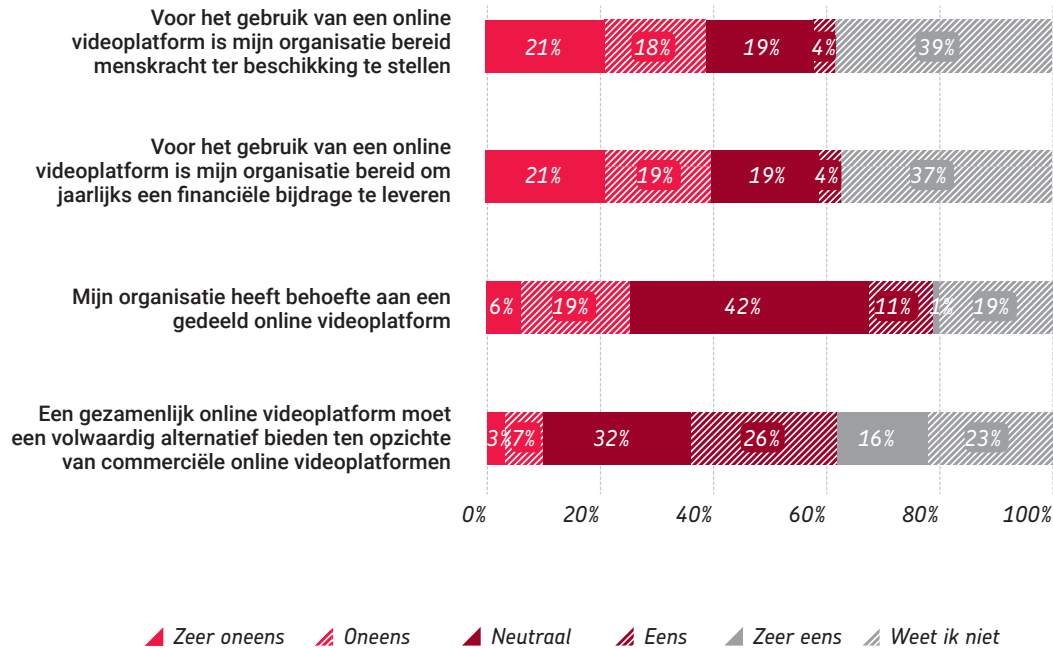
In gesprekken noemen de respondenten daarnaast voornamelijk technische functionaliteiten, zoals oog voor gebruikersdata, het toegankelijk aanbieden van materialen (contrast, lettertypen, ondertitels, audioscriptie) en de mogelijkheid tot interactie op het platform. Daarnaast noemen ze de behoefte om vanaf het gedeelde platform door te verwijzen naar het eigen platform van de instelling.

Audiovisueel materiaal in de collectie leent zich uitstekend voor het doel om informatie over te brengen naar een groter publiek. 76% van de respondenten is het eens of zeer eens met deze stelling (figuur 4). Tegelijk geeft bijna de helft (43%) aan geen audiovisueel materiaal te publiceren via online videoplatforms. Een mogelijke verklaring voor dit verschil is dat instellingen niet over de mogelijkheden beschikken om materiaal te publiceren. Respondenten die geen materiaal publiceren bevestigen deze verklaring. Van deze groep geeft 38% als reden aan dat de instelling niet beschikt over de juiste expertise. 35% geeft aan dat de instelling over onvoldoende budget beschikt.



Figuur 4. Respondenten is gevraagd aan te geven in hoeverre zij het eens zijn met de twee bovenstaande stellingen. N=62

We vragen de respondenten ook naar de behoefte van de instelling aan een nieuw gedeeld online videoplatfom en de bereidheid van de instelling om bij te dragen aan de totstandkoming hiervan. Er lijkt weinig behoefte te zijn aan een nieuw gedeeld online videoplatfom; slechts 13% van de respondenten zegt hier behoefte aan te hebben. Verder is de bereidheid onder instellingen om bij te dragen aan een gedeeld platfom laag; slechts 4% wil een bijdrage leveren in de vorm van mankracht of een financiële bijdrage.



Figuur 5. Respondenten is gevraagd aan te geven in hoeverre zij het eens waren met een aantal stellingen die betrekking hebben op het gebruik en de totstandkoming van een gedeeld online videoplatform. N=58

De observaties op basis van figuur 5 komen in zekere zin overeen met de bevindingen uit de gesprekken; instellingen geven aan onvoldoende budget te hebben om – financieel of door middel van personeel – bij te dragen aan een gedeeld platform. Ook werken verschillende instellingen reeds samen aan gedeelde platforms op regionaal niveau. Hierbij is het vaak puzzelen: aan de ene kant wil een instelling zoveel mogelijk van de eigen collectie zo zichtbaar mogelijk maken, aan de andere kant weet men dat bij een gedeeld videoplatform het ook belangrijk is om te kunnen werken met delen van de materialen van instellingen.

Maar gezamenlijke uitspeelplatforms hebben volgens de respondenten ook een meerwaarde. Zo kunnen deze platforms een belangrijke rol spelen in het creëren van communities, bijvoorbeeld rondom een bepaald thema. Ook biedt samenwerking mogelijkheden tot het opzetten van thematische tentoonstellingen. Tot slot bestaat het beeld dat bij gezamenlijke uitspeelplatforms meer controle is op het eigen materiaal, bijvoorbeeld op het gebied van privacy.

## 6. Relevante ontwikkelingen

In deze paragraaf schetsen we enkele relevante ontwikkelingen waar beheerders en ontwikkelaars van uitspeelplatforms rekening mee dienen te houden. Deze inzichten baseren we op de informatie uit de enquête, de interviews met instellingen en op bronnen die gesprekspartners hebben aangedragen.

- **Auteursrechten en privacy op een online platform.** Zoals je kunt lezen in hoofdstuk 5 hechten instellingen waarde aan de borging van de auteursrechten van makers en de privacy van gebruikers door een online videoplatform. Tegelijkertijd gebruiken instellingen commerciële platforms als YouTube en Facebook om hun audiovisuele materiaal te publiceren. Deze ontwikkelingen staan haaks op elkaar; grote commerciële platforms bieden doorgaans beperkte mogelijkheden voor de bescherming van privacy of auteursrechten. In interviews geven gesprekspartners aan dat het gebruik van commerciële platforms gepaard gaat met het verlies van controle over het gepubliceerde materiaal. Het open karakter van platforms als YouTube en Facebook betekent dat geplaatste video's in principe voor iedereen te bekijken en relatief makkelijk te verspreiden zijn. Dit kan betekenen dat auteursrecht dragend of privacygevoelig materiaal relatief makkelijk kan worden verspreid zonder toestemming of medeweten van de publicerende instelling. Dat commerciële platforms toch populair zijn onder instellingen die waarde hechten aan zaken als privacy en auteursrechten, duidt op een lacune in het aanbod van platforms. Op dit moment, zo blijkt uit de interviews, gebruiken veel instellingen hun eigen website voor het publiceren van materiaal dat niet geschikt wordt geacht voor commerciële platforms, bijvoorbeeld omdat personen herkenbaar in beeld zijn.
- **Ontwikkeling van video players.** Platforms zoals YouTube, Netflix en Facebook ontwikkelden reeds video players die naadloos werken op alle platforms, van webbrowsers en smart-tv's tot mobiele apparaten en alle operating systemen. Het ontwikkelen van zo'n naadloos werkend systeem is geen eenvoudige zaak. Het gaat vaak om tientallen, zo niet honderden verschillende versies van een video player.<sup>12</sup> Commerciële platforms beschikken veelal over de mensen en middelen voor de (door)ontwikkeling van deze platforms. Dit geldt soms ook voor niet-commerciële platforms.
- **Commerciële en inhoudelijke condities.** Als een instelling haar materiaal via een bestaand platform, bijvoorbeeld YouTube of Netflix, zou willen uitzenden, dan zou dat technisch geen probleem opleveren. Wel verliest de instelling de vrijheid om zelf te bepalen onder welke commerciële en inhoudelijke condities de distributie plaatsvindt. Voor een publieke instelling gelden hiervoor andere afwegingen dan voor een commerciële instelling. Welke content raden de platforms de kijkers aan? De inhoudelijk of de commercieel interessante? Welke content is toegestaan? Welke advertenties worden geplaatst? Welke gegevens krijgt de instelling terug van zo'n platform?<sup>13</sup>

12. KWINK groep (2017). Must carry on. Onderzoek naar aanpassing van de mediawettelijke doorgifteverplichting.

13. KWINK groep (2017). Must carry on. Onderzoek naar aanpassing van de mediawettelijke doorgifteverplichting.



- **Netwerk Digitaal Erfgoed en de Digitaal Erfgoed Referentie Architectuur.** Binnen het Netwerk Digitaal Erfgoed werken Nederlandse erfgoedinstellingen samen aan de ontwikkeling van een gedistribueerd netwerk van erfgoedinformatie<sup>14</sup>. Daarbij staan de principes uit de Digitaal Erfgoed Referentie Architectuur (de DERA) centraal.<sup>15</sup> Wanneer instellingen hun materiaal volgens deze Linked Data-principes publiceren, kan het op allerlei plekken gebruikt worden. Daarbij blijft de herkomst van archiefobjecten duidelijk, blijft de instelling de bron van de metadata waardoor deze kwalitatief en up-to-date zijn, en kunnen interessante koppelingen ontstaan tussen collecties. Thematische portalen als Netwerk Oorlogsbronnen en de Zuiderzeecollectie anticiperen reeds op dat gedistribueerde netwerk. Een state-of-the-art uitspeelplatform zou onderdeel moeten zijn van dit gedistribueerde netwerk naar de DERA-principes. Zo stelt het collectiehouders in staat hun collectie te verrijken en aan te bieden aan thematische en regionale portalen. Een gedeeld videoplatform binnen het netwerk zou ook de vorm kunnen aannemen van zo'n thematisch portaal, waarbij de video's en bijbehorende metadata beheerd worden in het DERA-compliant collectieregistratiesysteem van de betreffende instelling, maar gepresenteerd worden op een gezamenlijk, gecureerd platform met een state-of-the-art videospeler en eventuele aanvullende context.

---

14. Zie: <https://www.netwerkdigitaalerfgoed.nl/>

15. Zie: <https://www.netwerkdigitaalerfgoed.nl/kennis-en-voorzieningen/dera/>

## Bijlage: enquête en onderzoekspopulatie TrendMonitor 2020

De respondenten nodigden we uit aan de hand van een adressenbestand dat we ook gebruikten voor de enquêtes in voorgaande TrendMonitors, afgenomen in 2015 en 2017. De adressenlijst pasten we op verschillende momenten aan: naar aanleiding van het diepteonderzoek in 2017 en de deelnemersgegevens van de AVA\_Net Symposium in 2016 en 2017. Verder werkten we het adressenbestand bij naar aanleiding van de meest recente enquête die we in deze rapportage presenteren. Het adressenbestand dat we voor de TrendMonitor 2020 gebruikten bestaat uit 466 contacten. We maken een onderscheid tussen de volgende typen instellingen:

- Overheidsarchieven
- Bedrijfsarchieven
- Regionale en lokale omroepen
- Museumsector
- Overige instellingen

Op 8 mei 2019 verstuurdten we per e-mail de uitnodigingen voor de enquête. De uitnodiging bevatte een link naar de online vragenlijst. We stuurden twee herinneringen. In totaal benaderden we 466 contacten. 16% hiervan vulde de enquête in. Van de 466 contacten konden we 62 contacten niet bereiken doordat de e-mailadressen niet werken. Het netto aantal aangeschreven contacten komt daarmee op 404.

Een overzicht van de totale respons, de respons per type instelling en de respons in eerdere enquêtes is weergegeven in tabel 1. Wanneer de enquêteresultaten in de rapportage verder worden uitgediept zal de respons per aangehaalde enquêtevraag worden weergegeven.

Type instelling	Aangeschreven (netto)	Respons - aantal	Respons - percentage in 2019	Respons - percentage in 2017	Respons - percentage in 2015
Totaal	466 (404)	75	16%	27%	27%
Overheidsarchieven	58	25	43%	52%	49%
Bedrijfsarchieven	29	7	24%	32%	54%
Regionale en lokale omroepen	223	9	4%	14%	15%
Museumsector	50	10	20%	35%	34%
Overig	46	8	17%	39%	22%
Onbekend	40	16	40%	n.v.t.	n.v.t.

Tabel 1. Overzicht respons



Ten aanzien van de representativiteit van de in deze TrendMonitor weergegeven resultaten gelden enkele overwegingen. Allereerst is uit de bovenstaande tabel op te maken dat de algehele respons dit jaar lager is dan voorgaande jaren. De lagere respons speelt met name bij regionale en lokale omroepen, overige archieven en in mindere mate in de museumsector. De respons onder overheidsarchieven is iets afgenomen, maar met 43% nog steeds vrij hoog. Een mogelijke verklaring voor deze respons is het feit dat de vragenlijst dit jaar op een ander moment is verstuurd (mei in plaats van december) plus dat de periode tussen de vragenlijsten korter is geweest (1,5 jaar in plaats van 2 jaar).

Met een totale respons van 16% worden de resultaten beschouwd als voldoende representatief. Om de representativiteit verder te borgen zijn de uitkomsten van de enquête waar mogelijk getoetst aan de bevindingen uit de gevoerde interviews.

